

視野股份有限公司

「熱塑性材料」產品開發—文化創意產業應用於3C 電子外觀產品設計

●計畫執行目標

本計畫起源是根據本公司95年經濟部工業局「協助傳統工業技術開發計畫」-「熱可塑型布料」-紡織品應用於非衣著類產品的創意整合機制產品開發計畫案，期末審核委員之評語建議：具開創性、並期待繼續研發並與國內廠商異業結合推廣之；視野公司根據委員建議將(1)「熱塑性材料」技術(2)電子3C品牌大廠(3)台北服飾文化館時尚設計(4)「紡織品創意設計數位化研發機制」，透過視野整合之應用平台技術模組，將相關數位典藏圖案元素透過專業的商企資訊設計，將文化創意產業應用於3C電子外觀產品之設計，以提升國內3C電子產品廠商產品之附加價值，並利用3C電子原有通路銷售提升銷售營業額，作為今年執行的計畫案標的。期待達到以下新產品開發目標：

(一)「熱塑性材料」產品開發—導入文化創意設計。

- 3C產品外觀圖案設計開發—打破周遭過去所使用的家電或3C產品表面為一層冷冰冰的金屬或單色調的塑膠外殼設計；透過文化創意以知識為基礎的核心競爭力，讓3C電子外觀產品呈現不同的色彩、材質與設計圖案，將文化與藝術帶入的我們日常的生活，美化我們的生活環境。
- 3C電子產品之實際開發成品—和國內品牌電子3C大廠進行異業結盟，透過其已開發或未開發的產品，導入設計本公司的開發計畫概念，如此既可避免廠商將開發銷售的產品陷入傳統價格競爭的殺戮紅海，更進一步的將產品提升到開發藍海策略的市場，不僅提高市場的市佔率與銷售量，更可以大幅提高公司的利潤與知名度，相信透過此異業結盟的合作方式，本公司與配合廠商一定是Win-Win的雙贏結果。

(二)結合時尚服飾設計、發表會以提昇3C電子產品整體企業形象與銷售價值。

本計畫將與服裝設計師之時尚設計結合，透過流行音樂、服裝設計、廣告與平面設計與廣告企劃、流行文化包裝等手法，與電子3C大廠異業合作，不僅擴大服裝設計師的設計範圍，更可為台灣的服飾設計界注入威力強大的活泉，開創服飾設計界的新氣象。

●新產品簡介

本次「熱塑性材料」產品開發的項目產品如下：

- ASUS NB 攜帶式筆記型電腦：12套個人化獨特風格電腦外觀設計。
- Zynet Portable HD攜帶式硬碟：12套個性化獨特風

格電腦零組件。

- Fashion Style時尚流行服飾：12套個性化獨特風格時尚流行服飾。

●計畫創新重點

透過本次「熱塑性材料」產品技術開發，我們除了利用3C產品呈現原有塑膠的表面外觀，並結合布料與皮料材質做更多元化的外觀呈現，透過塑型或貼合達成外觀硬挺的效果，且不破壞原有布料與皮料的手感；經過服裝設計師的創意巧思搭配，讓流行時尚服飾與3C電子產品做更緊密的結合，擴大雙方現有市場的應用範圍。

台灣位居全世界電子產業硬體製造最重要的生產製造供應鍊地位，若我們能將創意與品牌的概念與外觀設計注入到現有相關的電子產業硬體產品，必能將現有電子產業硬體產品改頭換面，增加產品的附加價值，結合全球的電子業與服裝業必能創造更符合消費者生活的產品，讓時尚流行與生活美學主導下一波的電子產業設計方向。

●公司研究發展能量及研究發展制度之效益說明

本公司利用本次的計畫執行過程，希望達成(1)繼續研發「熱塑性材料」產品相關技術應用。(2)了解並掌握與國內3C電子廠商異業結盟共同推廣之可行性。我們利用過去開發的產品垂直開發”軟”的紡織產品技術「紡織品創意設計數位化研發機制」，與”硬”的「熱塑性材料」產品技術，擴大現有的市場應用範圍，我們相信本技術的發展，日後須結合更多的產、官、學界專業顧問、研發資金與專業團隊參予，如此才更能確保本公司在此計畫的未來研究發展技術競爭力與國際市場拓展能力。

●人才培訓及運用效益

視野公司將本次執行計畫的團隊研發人員定位於種子隊員，若能於未來獲得更多的人力、物力資源時，將引進更多的專業人士、與工業工程設計人員，加入本團隊的運作，讓「熱塑性材料」產品的開發更可以延伸應用於不同的產業與市場，擴大未來應用市場的範圍。

●產學研各界之技術移轉及合作效益說明

技轉單位：國立故宮博物院

故宮提供收藏文物的圖像授權製作圖檔與服務。

技轉單位：獨創電子股份有限公司

獨創電子提供市場最新開發之SATA攜帶式硬碟產品。

技轉單位：台北服飾文化館

台北服飾文化館提供產品展示場地與走秀規劃並與服飾商品相互結合。

● 新產品創造之技術效益及市場效益說明

以消費電子市場而言，IDC指出消費電子性質之通訊產品手機，2006第四季全球銷售量成長近20%，達2.95億支，2006年總銷售量達10.2億支，預估2007年總銷售量達11.06億支，成長近10%。資訊產品之NB部份，MIC 2006年11月預估2007年全球出貨量8,847萬台，另依美林證預估2008年NB全球出貨量將逾一億台。

台灣電子產業已是全球的翹楚，但是由於大都是OEM代工的性質，因此大都淪於價格的競爭，從過去利潤的8%→5%→3%，若沒有大量的資本與生產運作，小廠幾乎沒有生存的空間。

以紡織市場而言紡織品之應用一般可區分為衣著、家飾及產業用等三大類，長久以來我國紡織業界的生產大都以衣著紡織品為主；但根據DRA市調統計顯示，1995年全球高科技紡織品總銷售額為500億美元，較1985年的331.7億美元，十年來成長率約50%，預測至2005年高科技紡織品仍持續成長，全球銷售金額將高達723.6億美元，在高科技紡織品12類不同領域的應用紡織品產品別中，衣著紡織品僅占有整體的1.9%，其他非衣著市場應用領域則占有98%之多，非衣著用紡織品在未來紡織品發展不可忽視之市場規模。

本計畫將與服裝設計師之時尚設計結合，透過流行音樂、服裝設計、流行文化包裝等手法，與電子3C大廠異業合作，不僅擴大服裝設計師的設計範圍，更可为台灣的電子設計界注入威力強大的活泉，開創服飾設計界與電子業的新氣象。

● 計畫完成後對提升我國產業水準及競爭優勢說明

在台灣經濟面對高度工業化後的新局面，既有以大規模製造業為主的生產型態，在鄰國的挑戰下已逐漸失去優勢，勢須建立起更能適應「後福特」時期的生產組織型態，深化以知識為基礎的經濟競爭力。事實上，知識經濟

附加價值最高的類型應該就是以創意設計為核心的生產領域，尤其是源於藝術美學創作的設計。這類產業的特質在於其多樣性、小型化、分散式，但其就業人口和產值一直保持成長，對於環境和生活品質的提昇均有助益，是所有進步國家極力推動的部門。

如何將台灣過去的優勢與現存的價值結合，導入以知識為核心競爭力的，讓台灣設計創意產業結合電子業與服飾業起飛，是我們努力的目標並期待創造的競爭優勢與價值。

● 專案執行重要心得

本計畫是根據本公司95年經濟部工業局「協助傳統工業技術開發計畫」「熱可塑型布料」- 紡織品應用於非衣著類產品的創意整合機制產品開發計畫案的延伸，期末審核委員之評語建議：具開創性、並期待繼續研發並與國內廠商異業結合推廣之。透過視野整合之應用平台技術模組，將相關數位典藏圖案元素透過專業的商企資訊設計，將文化創意產業應用於3C電子外觀產品之設計與服飾設計結合，以提升國內3C電子產品廠商產品之附加價值。

原本認為今年根據委員的提議所提出的異業結盟開發計畫案，委員對本案的關注應該更具吸引力，及投入更多的資源開發，實際上通過的結果與原先的構想似乎有很大的一段差距，但我們仍在最有限的資源內，盡全力完成最豐富的成果呈現。

在執行本計畫的過程，我們發現品牌大廠每一個部門考量的是不一樣的重點，若和其本身部門既定的目標及影響業績，通常部門內的反彈力和阻力，不是外來廠商所能影響與改變的。因此最好的異業結盟策略就是品牌大廠開發產品時，能夠參與其開發設計，後續其他部門執行其開發策略，如此異業結合的成功率才能夠達到彼此所設定的目標。

